

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada pertengahan bulan maret tahun 2020 Pandemi *Covid-19* (*Coronavirus Disease 2019*) ini mulai merebak di Indonesia. Hanya besrelang 2 bulan sejak kasus pertama ditemukan, virus ini sudah menyebar begitu cepatnya hingga ke pelosok negeri. Berbagai kebijakan diambil pemerintah untuk menekan laju penyebaran virus corona. Diantaranya pembatasan-pembatasan kegiatan masyarakat, pelarangan berkerumun serta pelaksanaan protokol kesehatan yang ketat. Penerapan dari kebijakan-kebijakan yang diambil pemerintah ini tentunya memberikan dampak. Diantaranya dampak ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat.

Para pelaku usaha termasuk salah satu yang merasakan dampak dari pandemi ini. Menurunnya daya beli masyarakat akibat pembatasan merupakan salah satu faktor yang menyebabkan lesunya kondisi perekonomian. tentunya para pelaku usaha tidak tinggal diam, mereka mencoba untuk terus beradaptasi menjalankan usahanya di tengah pandemi. Begitupun yang dirasakan oleh bapak H. Waluyo sebagai pemilik UD Intan Jaya, beliau tetap gigih berusaha mencari strategi untuk terus menjalankan bisnisnya ditengah pandemi.

Banyak para pelaku usaha menerapkan strategi baru dalam bisnisnya menyesuaikan situasi serta kondisi disaat pandemi. Salah satunya UD Intan Jaya diaman sebelum awal pandemi dari segi pemasaran berfokus pada penjualan di toko. Begitu pandemi merebak pemilik usaha mencoba menerapkan sistem pemasaran secara online, agar para konsumen tetap bisa mendapatkan produknya tanpa harus secara langsung datang ke toko. Tentu saja dalam pelaksanaannya ada kendala-kendala yang dihadapi.

Dalam memepertahankan bisnisnya, perusahaan atau pelaku bisnis harus melakukan upaya-upaya mereka yang terbaik. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah strategi pemasaran. Menurut Steiner dan Milner yang dimaksud strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan implementasi secara tepat sehingga tujuan dan sasaran utama perusahaan akan tercapai.² Dalam kata lain strategi pemasaran adalah cara-cara atau kita-kiat yang harus dilakukan oleh perusahaan, baik itu eksternal ataupun internal, dalam memeperoleh pasar terbaik yang mereka inginkan atau sesuai target yang telah ditentukan sebelumnya.

Banyak perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar. Dengan strategi pemasaran tepat dan sesuai maka pasar akan mudah didapatkan

² George Stainer dan John Milner, *Manajemen Strategic*, (Jakarta: Erlangga, 2019), hal. 70.

sehingga tujuan dari pada perusahaan tercapai. Dalam mengupayakan strategi pemasaran, diperlukan manajemen yang tepat untuk mencapai dan peningkatan target. Sebaiknya manajemen tersebut tidak keluar dari norma yang berlaku.

Pada era sekarang ini UMKM tumbuh luar biasa, seperti dapat kita lihat munculnya usaha-usaha yang menyerupai usaha yang saya teliti saat ini, yaitu krupuk rambak UD Intan Jaya Tulungagung. Jika kita pengusaha bergelut pada bisnis ini, dan tidak hati-hati dalam mengelola, maka usaha yang dijalani pasti akan gulung tikar. Berkembangnya dunia bisnis dan perdagangan di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan pada periode pasca krisis moneter yang diawali sekitar pertengahan tahun 1997. Hal ini ditunjukkan oleh bergamnya jenis usaha yang diupayakan oleh masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhan lainnya. Salah satu kegiatan yang perkembangannya pesat yaitu kegiatan jual beli barang produksinya. Kegiatan bisnis jual beli barang ini dijalankan dalam berbagai bentuk, salah satunya dalam bentuk *home industry*.

Kenyataan yang sudah terjadi banyak orang yang merintis membuka toko, tetapi kemudian mundur karena mengalami kegagalan, sepi, dan nyaris tidak ada pemasukan. Ditengah maraknya bisnis *online* pada era globalisasi sekarang ini ternyata dunia marketing dengan cara *offline* (penjualan langsung mealui toko) juga semakin berkembang apapun produknya. Sebagaimana bisnis *online*, toko (*offline*) juga memerlukan pengolahan yang professional

supaya menghasilkan keuntungan dan mampu bertahan dalam bisnisnya. Sehingga dibutuhkan strategi mempertahankan bisnis agar tetap berjaan sesuai apa yang di harapkan para pengusaha, tetap memberikan keuntungan dan tidak kalah bersaing dengan para pengusaha yang ada.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan salah satu potensi *home industry* terbesar kedua setelah pertanian yang memiliki prospek dan peluang jangka panjang yang mampu menyerap tenaga kerja di daerah. *Home industry* merupakan unit usaha/perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Biasanya usaha ini hanya menggunakan salah satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Bila dilihat dari modal usaha dan jumlah tenaga yang diserap tentu lebih sedikit daripada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya.³ *Home industry* ini memiliki pertumbuhan yang cukup pesat untuk mengembangkan potensi produk makanan tradisional yang teapt menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat secara keseluruhan. Bisnis ritel makanan ini banyak dikembangkan oleh para pengusaha diberbagai daerah di Indonesia karena dianggap mampu mendatangkan keuntungan yang besar dari sektor ini. Hal ini didukung karena banyaknya tempat wisata di Indonesia yang bisa mendatangkan peluyang ataupun pasar untuk bisnis ritel makanan tradisional untuk dijadikan oleh-oleh para wisatawan, baik lokal maupun asing.

³ Jasa Unggul Muliawa, *Manajemen Home Industry: Peluang Usaha di Tengah Krisis*, (Yogyakarta: Banyu Media, 2008), hlm 3

Home industry krupuk rambak (krupuk yang terbuat dari kulit sapi atau kerbau) adalah salah satu contoh produk makanan yang berkembang di Kabupaten Tulungagung, tepatnya di desa Sembung. Bisnis ini dijadikan tumpuan utama untuk puluhan warga yang tinggal disekitar kawasan tersebut. Jenis bisnis ini banyak diminati karena merupakan bisnis yang bermodal cukup kecil tetapi menghasilkan keuntungan yang cukup tinggi. Oleh karena itu, *home industry* jenis ini berkembang pesat di wilayah tersebut. Hingga saat ini sekitar 10 lebih *home industry* kerupuk rambak di kawasan tersebut. Jumlah tersebut cukup banyak mengingat wilayah tersebut di tengah-tengah kota.

UD. Intan Jaya adalah salah satu UMKM yang bergerak di bidang industry yaitu kerupuk rambak yang berkembang di wilayah Desa Sembung Tulungagung. Pendiri awal usaha kerupuk rambak ini adalah orang tua bapak H Waluyo. Pengolahan pada saat itu bervariasi, dan hanya dijual ditempat saja, Belum sampai keluar kota. Pada tahun 1997 (awal reformasi) oleh bapak H Waluyo meneruskan usaha orang tuanya, beliau mengembangkan usaha kerupuk rambak ini dengan sangat pesat. Beliau memberikan variasi pada produknya. Ada dua jenis kerupuk rambak, yaitu dari kulit sapi dan kerbau. Jenis sapi warnanya keputihan sedangkan kerbau bening, dalam segi rasa lebih enak kerbau, karena memiliki rasa lebih gurih, juga pori-porinya kecil sehingga rambak tidak terlalu kopong.

Inilah yang menjadikan banyak diburu sebagai cemilan atau lauk sehingga harganya cenderung tinggi, apalagi kulit kerbau sulit dicari dari pada sapi. Khususnya untuk kulit kerbau itu didatangkan dari Sulawesi, NTT. Saat itu modal bapak H Waluyo dari uang PHK Rp. 2.500.000 harga 1 kg kulit pada waktu itu Rp. 35.000 perusahaan ini adalah perusahaan terbesar diwilayah tersebut. Perusahaan ini berjalan kurang lebih 25 tahun.

Home industry ini memberikan dampak yang signifikan terhadap ekonomi dari pada pemilik usaha tersebut dan masyarakat sekitar karena kebutuhan pekerja yang terus meningkat setiap tahunnya. Omset penjualan perusahaan ini bisa mencapai puluhan juta setiap bulannya. Bahkan kini pemilik *home industry* ini memperluas bisnisnya ke pusat beanja oleh-oleh yang sekarang sudah ada dua titik wilayah Kabupaten Tulungagung.

Tentu saja mengembangkan bisnis kerupuk rambak tidaklah mudah. Tumbuhnya pesaing pembuat kerupuk rambak yang semakin menjamur di kabupaten Tulungagung menjadi tantangan tersendiri bagi UD Intan Jaya. Dari tahun ke tahun *home industry* pembuat kerupuk rambak mengalami peningkatan. Yang menandakan bahwa bisnis kerupuk rambak sangat diminati masyarakat kabupaten Tulungagung. Berikut data yang diperoleh *home industry* yang memproduksi kerupuk rambak di Kabupaten Tulungagung :

Table 1.1
Data Toko Krupuk Rambak di Kabupaten Tulungagung

No	Nama Toko	Alamat
1	Intan Jaya	1. Jl. Pangeran Antasari No. 25 2. Jl. Agropuro, RT/RW 33/06, Morangan, Bolorejo, Kec. Kauman, Kab. Tulungagung, Jawa Timur
2	Lestari Eco	Jl. Mohc Hatta, RT/RW 004/003, Kel. Sembung, Kec. Tulungagung, Kab. Tulungagung, Jawa Timur
3	Abadi	Jl. Jaksa Agung Suprpto No. 15, Kampungdalem, Kec. Tulungagung, Kab. Tulungagung, Jawa Timur
4	Utama	Jl. Pangeran Antasari No.2, Kampungdalem, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66212
5	Pak Djarwo	Jl. Pangeran Antasari No.15, Kampungdalem, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66212
6	Prima Sumber Rasa	Jl. Ade Irma Suryani No.86B, Sembung, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66219
7	Rahayu	Jl. Pangeran Antasari No. 7
8	Ischris	Jl. Moh. Hatta, Cepekan, Sembung, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 6621
9	Garuda	Jl. Raya Wonorejo No.299, Panggungrejo, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66214
10	Win's	Jl. Raya Panggungrejo, RT.03/RW.04, Panggungrejo, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66214

Lanjutan Tabel 1.1 Data Toko Krupuk Rambak di Kabupaten Tulungagung

No	Nama Toko	Alamat
11	SJ	Jl. Mayjen Sungkono III No.61A, Kutoanyar, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66215
12	Maju Jaya	Jl. Fatahilah, RT.1/RW.4, Panggungrejo, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66214
13	Sehati	Dusun Sindon RT 02 / RW 05, Desa Batangsaren, Kauman, Batangsaren, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66261
14	Salsa	Jl. Ir. Soekarno Hatta, RT.03/RW.04, Panggungrejo, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66214
15	SM Original	Cepekan, Sembung, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66214
16	Mbak Puri	Ngreco, Sobontoro, Kec. Boyolangu, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66235

Sumber : Observasi Lapangan tahun 2021

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut terbukti bahwa krupuk rambak intan jaya memiliki banyak pesaing bisnis yang sama. Maka pemilik harus melakukan inovasi dan lebih mengatur pemasaran sehingga dapat merebut pangsa pasar. Agar dapat dikenal lebih luas lagi oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan penjualan serta dapat mempertahankan bisnisnya dari para pesaing dengan usaha krupuk rambak yang sejenis.

Table 1.2
Harga Jenis Krupuk Rambak

No	Jenis Krupuk Rambak	Harga (per Kg)
1	Kerbau super kering	Rp 184.000
2	Kerbau super	Rp 152.000
3	Kerbau super mentah	Rp 160.000
4	Sapi	Rp 112.000
5	Sapi mentah	Rp 120.000

Sumber :Observasi lapangan dan perkiraan

Berdasarkan table 1.2 yang peneliti ketahui dari observasi di UD Intan Jaya rata-rata semua harga krupuk rambak hampir sama, tetapi rasa dan kualitas berbeda. Ada dua jenis kerupuk rambak, yaitu dari kulit sapi dan kerbau. Jenis sapi warnanya keputihan sedangkan kerbau bening, dalam segi rasa lebih enak kerbau, karena memiliki rasa lebih gurih, juga pori-porinya kecil sehingga rambak tidak terlalu kopong. Inilah yang menjadikan banyak diburu sebagai cemilan atau lauk sehingga harganya cenderung tinggi, apalagi kulit kerbau sulit dicari dari pada sapi. Khususnya untuk kulit kerbau itu didatangkan dari Sulawesi, NTT.

Berdasarkan hasil Observasi, rata-rata UMKM merasakan penurunan omset selama adanya covid-19. Hal ini terjadi karena mulai berkurangnya aktivitas yang dilakukan diluar rumah, kesulitan dalam memperoleh bahan

baku karena terjadi kendala transportasi, serta mulai turunnya kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ada diluar rumah.

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab apa yang dapat dilakukan pelaku UMKM untuk dapat mempertahankan bisnis mereka di tengah Pandemi *covid-19* yang melanda Dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjabarkan apa saja strategi bertahan yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM sehingga mereka mampu terus bertahan dan menjadi lebih responsif terhadap perubahan iklim bisnis terutama saat terjadi *covid-19*.

Berdasarkan dasar pemikiran di atas, maka dari itu peneliti terdorong untuk mengambil penelitian terhadap Usaha Kerupuk UD Intan Jaya. Dalam penelitian ini diharapkan akan mendapatkan kesimpulan dan dapat melakukan penyesuaian diri dalam hal produk dan melakukan beberapa strategi untuk mempertahankan bisnis. Pemikiran ini yang kemudian melatarbelakangi penelitian yang berjudul **“Strategi Mempertahankan Bisnis Pada Masa Pandemi Covid-19 (Coronavirus Disease 2019) (Studi Kasus Pengusaha Krupuk Rambak UD Intan Jaya Tulungagung)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang terjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perkembangan UD Intan Jaya Tulungagung sebelum adanya Pandemi *Covid-19*?

2. Bagaimana dampak adanya Pandemi *Covid-19* terhadap UD Intan Jaya Tulungagung?
3. Bagaimana strategi mempertahankan bisnis yang diterapkan UD Intan Jaya Tulungagung saat Pandemi *Covid-19*?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memiliki tujuan tertentu. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis perkembangan UD Intan Jaya Tulungagung sebelum adanya Pandemi *Covid-19*.
2. Untuk menganalisis dampak adanya Pandemi *Covid-19* terhadap UD Intan Jaya Tulungagung.
3. Untuk menganalisis strategi mempertahankan bisnis yang diterapkan UD Intan Jaya Tulungagung saat Pandemi *Covid-19*.

D. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari adanya perluasan masalah yang dibahas yang menyebabkan pembahasan menjadi tidak konsisten dengan rumusan masalah yang telah penulis buat sebelumnya maka penulis memberikan batasan masalah ini hanya membahas dari sudut pandang pengusaha khususnya UD Intan Jaya Tulungagung yang melakukan penjualan krupuk rambak dan hal yang dilakukan agar bisnisnya berjalan dengan lancar adalah merancang strategi untuk mempertahankan bisnis dari pandemi *covid-19*.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yakni, manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, berikut penjelasannya :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan dan referensi bagi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung jika melakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi pemasaran di tengah pandemi *Covid-19* dan dapat belajar banyak tentang bagaimana menerapkan metodologi penelitian secara luas.

2. Manfaat Praktis

Untuk peneliti dapat berinteraksi secara *intens* dengan pelaku usaha dan bagi Pelaku usaha, tepatnya Pemilik UD Intan Jaya Tulungagung dapat menambahkan wawasan tantangan dalam menjalankan usaha ditengah pandemic *covid-19*.

F. Definisi Istilah

Definisi istilah dibagi menjadi 2 yaitu definisi istilah secara konseptual dan operasional.

1. Definisi istilah secara konseptual

a. Strategi

Strategi merupakan sebuah proses untuk mencapai sesuatu yang diharapkan, yang mana didalamnya merupakan hasil

pertimbangan dari evaluasi atas kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta melihat seberapa besar peluang yang tersedia dan memperhitungkan kemungkinan adanya ancaman dari luar.

b. **Bisnis**

Bisnis Merupakan sebuah rangkaian yang dilakukan individu maupun kelompok orang yang bertujuan untuk mendapatkan profit atau keuntungan secara optimal. Bisnis sendiri erat kaitannya dengan aktifitas jual beli terhadap sebuah produk maupun jasa. Bisnis juga dapat diartikan sebagai serangkaian aktifitas yang dilakukan oleh sekelompok orang yang bermotifkan nilai ekonomi.

c. *Coronavirus-19*

Coronavirus merupakan virus RNA strain tunggal positif, berkapsul dan tidak bersegmen. *Coronavirus* tergolong ordo Nidovirales, keluarga *Coronaviridae*. *Coronavirus* dibagi menjadi dua subkeluarga dibedakan berdasarkan *serotype* dan karakteristik *genom*. Terdapat empat genus yaitu *alpha coronavirus*, *betacoronavirus*, *deltacoronavirus* dan *gamma coronavirus*.⁴

Coronavirus adalah keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit mulai dari gejala ringan sampai berat. Ada setidaknya dua jenis *coronavirus* yang diketahui menyebabkan penyakit yang

⁴ Perhimpunan Dokter Paru Indonesia (PDPI), “*Pneumonia COVID-19 Diagnosis & Penatalaksanaan di Indonesia*”, (Jakarta: Perhimpunan Dokter Paru Indonesia , 2020), hal. 3.

dapat menimbulkan gejala berat seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) adalah virus jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia.⁵

Virus Corona muncul pertama kali di daerah wuhan, china pada akhir tahun 2019 yang lalu. Pada saat itu dunia belum begitu merespon atas keganasan virus, sehingga tidak ada kebijakan yang diambil untuk mencegah merbaknya *virus corona* ini. Namun dalam jangka waktu yang singkat *virus corona* mampu menyebar dengan begitu cepat diseluruh penjuru dunia. Seperti halnya di Indonesia, kasus infeksi pertama kali ditemukan pada 2 warga Depok pada pertengahan bulan maret. Tidak butuh waktu yang lama *virus corona* mampu menginfeksi dan menyebar begitu cepat diseluruh pelosok negeri. Masyarakat yang belum siap akan penanggulangan virus ini membuat abai akan himbauan pemerintah untuk terus mentaati protokol kesehatan. Sehingga menyebabkan kasus-kasus baru masyarakat yang terpapar *virus corona* terus bertambah dengan cepat.

⁵ Kemetrian Kesehatan Republik Indonesia “*Pedoman Kesiapsiagaan Menghadapi Coronavirus Disease (COVID-19)*”, (Jakarta: Erlangga 2020) hal. 11

2. Definisi istilah secara operasional

Definisi operasional memberikan pengertian bahwa untuk menyampaikan pemahaman terhadap judul penelitian supaya tidak timbul suatu penafsiran terhadap judul penelitian. Sehingga definisi operasional, strategi mempertahankan bisnis dari pandemi *covid-19*, yang dimaksud adalah ditengah pandemi seperti ini pasti banyak strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam mempertahankan bisnisnya. Baik itu melakukan pemasaran secara *offline* ataupun *online* guna meningkatkan perkembangan usaha dimasa pandemi.

G. Sitematika Penulisan Skripsi

Dalam penyusunan naskah skripsi ini bertujuan untuk melaporkan hasil daripada penelitian yang dilakukan. Penulisan sebuah penelitian haruslah bersifat objektif atau sesuai fakta tanpa ada rekayasa didalamnya. Sehingga alur pembahasan dapat tersusun rapi dan sistematis. Untuk itulah sistematika penulisan skripsi sangat diperlukan, adapun sistematikanya adalah sebagai berikut :

BAB 1 Pendahuluan

Pada bagian bab ini menjabarkan tentang konteks penelitian dari segi judul yang diambil oleh peneliti. Yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, manfaat penelitian, definisi istilah serta sistematika penulisan yang berkaitan dengan penelitian di UD Intan Jaya.

BAB II Kajian Pustaka

Pada Bab ini akan dijelaskan mengenai berbagai macam tinjauan serta landasan teori dari beberapa ahli dan penelitian terdahulu yang masih berhubungan dengan penelitian di UD Intan Jaya.

BAB III Metode Penelitian

Pada Bab ini akan dijabarkan berkaitan dengan metode penelitian antara lain pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian. Maka akan dapat diidentifikasi kesesuaian antara metode yang digunakan dengan jenis penelitian yang dilakukan.

BAB IV Hasil Penelitian

Pada bab ini akan dibahas tentang hasil penelitian yang meliputi paparan data dan temuan penelitian yang dilakukan secara langsung di UD Intan Jaya Tulungagung. Sehingga pada bab ini akan terlihat paparan jawaban atas pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah.

BAB V Pembahasan

Selanjutnya pada bagian bab ini akan dibahas relasi antara analisis hasil temuan dengan penelitian terdahulu serta landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Semuanya akan dipaparkan secara deskriptif dan sesuai fakta dilapangan yakni di UD Intan Jaya.

BAB VI Penutup

Pada Bab keenam akan membahas tentang kesimpulan dan saran. Penelitian ini akan di akhiri dengan kesimpulan dan saran yang dapat diberikan kepada berbagai pihak yang terkait. Sehingga pembaca dapat konkret dan utuh, kemudian saran merupakan harapan peneliti kepada pihak yang berkompetan agar penelitian dapat memberikan kontribusi bagi UD Intan Jaya Tulungagung agar bisa mempertahankan bisnisnya pada masa pandemi *covid-19*.